

The Role of Strategic Vigilance in Achieving Competitive Advantage in the Yemeni Telecommunications Sector

Hussein Ban Hafeedh^{1*}, Mohammed Al-Ashwal²

Type: Full Article. Received: 7th Nov. 2025, Accepted: 24th Feb. 2026

Accepted Manuscript, In Press

Abstract Objective: This study aims to explore the role played by strategic vigilance in achieving competitive advantage in the Yemeni telecommunications sector. **Methodology:** Adopting a quantitative approach and a cross-sectional research design, data were collected from a sample of 286 managerial and supervisory employees representing five telecommunications companies operating in the telecommunications sector in Sana'a, the capital of Yemen. The data were analyzed using SPSS (Version 27) and AMOS (Version 25) to achieve the study objectives and test its hypotheses. **Results:** The findings revealed that the overall level of strategic vigilance practices was high, while the level of competitive advantage was moderately high. The results also indicated that strategic vigilance and its dimensions have a statistically significant effect on competitive advantage in the Yemeni telecommunications sector. **Conclusions:** The results indicate that the Yemeni telecommunications sector has a high level of both strategic vigilance and competitive advantage, with variation in their dimensions. Strategic vigilance has a statistically significant impact on enhancing competitive advantage, with technological vigilance having the strongest effect. **Recommendations:** The study recommends the development of new services to address competitive pressures and keep pace with rapid environmental changes driven by accelerated sectoral developments. It also highlights the importance of establishing a comprehensive and integrated strategic vigilance system encompassing its various stages and ensuring its continuous activation.

Keywords: Strategic Vigilance; Competitive Advantage; Telecommunications Sector; Technological Monitoring; Yemen.

دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية

حسين بن حفيظ^{1*}، ومحمد عبد الله الأشول²

تاريخ التسليم: (2025/11/7)، تاريخ القبول: (2026/2/24)، تاريخ النشر: (xxxx)

الملخص: الهدف: استكشاف الدور الذي تلعبه اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية. المنهجية: باستخدام منهج كمي، وتصميم مقطعي جمعت البيانات من عينة مكونة من 286 موظفاً قيادياً وإشرافياً من خمس شركات اتصالات في قطاع الاتصالات بالعاصمة صنعاء، تم تحليل البيانات باستخدام برنامجي SPSS 27 و AMOS 25 لتحقيق الأهداف واختبار الفرضيات. النتائج: أظهرت النتائج أن مستوى ممارسة اليقظة الاستراتيجية بشكل عام كان مرتفعاً، وأن مستوى الميزة التنافسية كان مرتفعاً إلى حد ما. كما أظهرت النتائج أن اليقظة الاستراتيجية وأبعادها لها أثر ذو دلالة إحصائية على الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية. الاستنتاجات: تُظهر النتائج أن قطاع الاتصالات اليمنية يتمتع بمستوى مرتفع من اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية مع تباين في أبعادهما، وأن لليقظة الاستراتيجية أثراً ذا دلالة إحصائية في تعزيز الميزة التنافسية، وكان أقوى تأثير لليقظة التكنولوجية. التوصيات: تضمنت ضرورة تطوير خدمات جديدة لمواجهة المنافسين ومواكبة التغيرات السريعة في البيئة نتيجة للتطورات السريعة في القطاع، بالإضافة إلى إنشاء نظام متكامل لليقظة الاستراتيجية بمراحلها المختلفة وتنشيطها باستمرار.

الكلمات المفتاحية: اليقظة الاستراتيجية، الميزة التنافسية، قطاع الاتصالات، الرصد التكنولوجي، اليمن.

1 Business Administration Center, Sana'a University, Yemen.

2 PhD Program, College of Graduate Studies, Sana'a University, Yemen.

* Corresponding author: benhafeedh-cba@su.edu.ye

1 مركز إدارة الأعمال، جامعة صنعاء، اليمن.

2 برنامج الدكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة صنعاء، اليمن.

* الباحث المراسل: benhafeedh-cba@su.edu.ye

الاقتصادي زيادة مستمرة بمتوسط نسبة 7% خلال الفترة بين عامي 2015 و2018، فضلاً عن وجود عدد كبير من الوظائف التي ترتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بهذا المجال (فضل وساكيتو، 2023). لذلك يتعين على هذا القطاع تبني أسلوب اليقظة الاستراتيجية، الذي يُعتبر من أساليب الإدارة الحديثة، لما له من أهمية في مواجهة التنافس وتلبية احتياجات ورغبات العملاء.

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤى حول اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية ضمن قطاع الاتصالات في اليمن. يُمكن لهذه الرؤى أن تُساعد القيادة الإدارية في القطاع على تبني استراتيجيات مبتكرة تُساهم في تحقيق الميزة التنافسية للشركات العاملة في هذه البيئة الديناميكية والملبئة بالتحديات.

مشكلة الدراسة

واجه قطاع الاتصالات في اليمن العديد من التحديات والتغيرات السريعة التي تؤثر على قدرته في الاستمرار في المنافسة. وقد بينت تقارير دولية أن أداء هذا القطاع يتأخر بشكل كبير عند مقارنته بالاتجاهات الإقليمية والدولية، خصوصاً فيما يتعلق بالعوامل الأساسية للتميز في المنافسة في مجال الاتصالات، مثل الوصول والجودة والتكلفة والابتكار. (فضل وساكيتو، 2023).

وفقاً للتقرير الذي أعدته وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات في عام 2020، تكبد قطاع الاتصالات خسائر كبيرة بسبب النزاع، مما أثر سلباً على قدرة الشركات في تقديم خدمات كفاء وموثوقة لعملائها، كما أثر بشكل سيء على جودة تلك الخدمات.

توضح التقارير السنوية لقطاع الاتصالات في اليمن للعام 2022 أن النتائج لم تكن كما كان متوقعاً. حيث أظهرت مؤشرات الأداء المؤسسي تراجعاً في هامش الربح قدره 16% مقارنة بالأهداف المرصودة.

للتأكيد ما تم ذكره سابقاً، بينت نتائج بعض الأبحاث السابقة المتعلقة بالميزة التنافسية في منظمات قطاع الاتصالات في اليمن أن هناك مستوى ضعيف من هذه الميزة. ومن بين تلك الأبحاث، دراسة (الدهمي، 2018) التي أشارت إلى وجود مستوى محدود مع قابلية مقبولة في فهم الميزة التنافسية وأهميتها من حيث أبعادها المختلفة وطرق تطويرها. كما أن دراسة (الغشمي، 2019) أكدت على نقص في ثقافة الجودة ومتطلباتها، مما لا يساعد على تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات اليمنية.

أظهرت الأبحاث السابقة، مثل دراسة غانم (2021) ودراسة الفيل (2021)، أن الأداء والإنتاجية في مجال الاتصالات لا تستوفي المستهدفات. بما أن قطاع الاتصالات

يُعتبر مجال الاتصالات من أكثر القطاعات تغيراً، حيث يشهد تغيرات سريعة ومفاجئة في الجوانب التكنولوجية والسوقية والقانونية، لذلك يُعرف غالباً بأنه قطاع ذو سرعة عالية (Nashiruddin, 2019). فالتطورات التكنولوجية السريعة، وتغير تفضيلات المستهلكين باستمرار، والتقلبات الاقتصادية العالمية، كلها عوامل تُجبر الشركات على البقاء متيقظة ومتجاوبة (Sandra, 2024). كل هذه التغيرات جعلتها تضطر للاهتمام بدراسة بيئتها الخارجية وتطبيق نظام للرصد الاستراتيجي، الذي يعد الوسيلة الأساسية لحمايتها من التهديدات المتنوعة، بالإضافة إلى تمكينها من استغلال الفرص المحتملة التي يمكن استنتاجها من الإشارات التي يكتشفها هذا النظام. كما يُساعد هذا النظام في اتخاذ القرارات الاستراتيجية المثلى، مما يضمن استمراريتها في السوق وتعزيز ميزتها التنافسية (الحسني وحفصي، 2023: 65). يتجلى هذا النظام فيما يعرف باليقظة الاستراتيجية، والتي تُسهل عملية مراقبة المعلومات الاستراتيجية، مما يتيح للمؤسسات القدرة على التفوق في بيئة تنافسية صعبة من خلال تحقيق مزايا تنافسية تدوم (Ouali & Ouali, 2024). تُعرف اليقظة الاستراتيجية بأنها "عملية تقوم من خلالها المؤسسات برصد الإشارات البيئية وتفسيرها وتحويلها إلى معلومات تدعم تعديل الاستراتيجيات وتحقيق الميزة التنافسية" (Othman & Majeed, 2026: 301).

إن اليقظة الاستراتيجية ليست مجرد مبادرة تتم مرة واحدة، بل تعد عملية دائمة. فهي تشمل المراقبة المستمرة لميولات السوق، وتحليل البيئة التنافسية، والاستفادة من التقدم التكنولوجي، بالإضافة إلى فهم التحولات الاجتماعية والاقتصادية. من خلال هذا النهج، يمكن للمؤسسات أن تبقى في مقدمة التغيرات، وتقوم باتخاذ قرارات مدروسة تتماشى مع أهدافها الاستراتيجية (Sadeq Kanabi et al, 2025, p.109). من خلال هذا، تستطيع المؤسسات أن تظل في القمة، مما يمكنها من اتخاذ قرارات مدروسة تتماشى مع استراتيجياتها. في هذا الإطار، يمكن التأكيد على أن اليقظة الاستراتيجية تسهم بشكل رئيسي في تحقيق التميز التنافسي. إنها تُعتبر وسيلة تنافسية تساعد المؤسسات على توقع تصرفات المنافسين والتفوق عليهم، حيث تمكنها من اكتساب مزايا تنافسية متنوعة وتطوير منتجاتها وخدماتها بصفة مستمرة. ومن ثم، تعزز هذه اليقظة الروابط بين المؤسسة وعملائها ومورديها (Fadhil et al, 2021).

يُعد قطاع الاتصالات في اليمن جزءاً حيوياً من البنية التحتية الوطنية، حيث يلعب دوراً رئيسياً في دعم الاقتصاد؛ إذ يمثل واحداً من المصادر الرئيسية للإيرادات الحكومية (البشير، 2021). وقد شهدت مساهمة هذا القطاع في الناتج

أهمية الدراسة

تعتبر هذه الدراسة مهمة لأنها تبرز الحاجة إلى وجود نظام مراقبة استراتيجي فعال في مجال الاتصالات. عبر دور اليقظة، يتم توصيل المؤسسة ببيئتها الخارجية، حيث توفر لها المعلومات اللازمة لتحسين قدرتها على مواجهة المنافسة. كما أنها تساعد على التنبؤ بالتغيرات والاضطرابات قبل أن تحدث، مما يمنح المؤسسة ميزة السبق في استغلال الفرص وتجنب المخاطر. علاوة على ذلك، يمكن أن تُعرض النتائج والتوصيات للقادة وصناع القرار في مجال الاتصالات في اليمن، مما يساهم في تعزيز القدرة التنافسية..

فرضيات الدراسة

في ضوء مشكلة الدراسة، واستناداً إلى الفرضيات التي طرحتها الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع، وحثوت حذوها في ربط اليقظة الاستراتيجية مع الميزة التنافسية، ومنها دراسات (حريري وكيفاني، 2024)، (Khaswneh et al. 2023)، (محمد، 2022)، (الحداد، 2022)، (الحسني وحفصي، 2023)، (Mahdi & Hammad, 2021) التي توصلت إلى وجود دور ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، وعليه تم صياغة فرضية رئيسة للدراسة على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية (H): يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية. وتتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى (H1): يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لليقظة التكنولوجية في الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات.

الفرضية الفرعية الثانية (H2): يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لليقظة التجارية في الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية.

الفرضية الفرعية الثالثة (H3): يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لليقظة البيئية في الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية.

النموذج المعرفي للدراسة

يوضح الشكل (1) النموذج المعرفي للدراسة الذي يشتمل على متغيرين وأبعادهما. تم اختيار هذه الأبعاد لأنها الأكثر تداولاً بين الباحثين في الأدبيات والدراسات السابقة، وتتوافق مع بيئة ومتغيرات الدراسة الحالية.

يتسم بتوفير خدمات سريعة التغيير، من المهم تحقيق مستويات عالية للوصول إلى أداء ممتاز، وهو ما يتطلبه التنافس في السوق المحلي.

من المهم أن نذكر أن مراقبة التطورات الاستراتيجية يمكن أن تساعد في تحسين الميزة التنافسية في مجال الاتصالات في اليمن. الأبحاث التي قمنا بمراجعتها، والتي تم إجراؤها في سياقات محلية وعربية وعالمية، تبين أن هذه المراقبة تلعب دوراً في تحقيق الميزة التنافسية، كما نرى من خلال دراسة (حريري وكيفاني، 2024)، (Zouarqui & Mouzaoui, 2024)، (Khaswneh et al. 2023)، (الحداد، 2022) التي بينت وجود دور إيجابي لليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية.

نظراً لعدم وجود الكثير من الأبحاث التي تركز على اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية في صناعة الاتصالات اليمنية، ونظراً لغياب دراسات تربط بين هذين العاملين في إطار واحد، يظهر جلياً أن هناك فجوة مهمة في البحث. هذه الفجوة تتعلق بكيفية ارتباط هذين المتغيرين، كما أنها تمثل نقصاً في التطبيق في قطاع الاتصالات اليمني. لذلك، كانت هذه الدراسة تهدف إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل العلاقة والدور بين المتغيرات، مما يلخص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية؟ وينبثق من السؤال الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما مستوى اليقظة الاستراتيجية في قطاع الاتصالات اليمنية؟
2. ما مستوى تحقق الميزة التنافسية من في قطاع الاتصالات اليمنية؟
3. ما دور اليقظة الاستراتيجية بأبعادها (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة، الإبداع والابتكار، سرعة الاستجابة للعملاء) في قطاع الاتصالات اليمنية؟

أهداف الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. تحديد مستوى اليقظة الاستراتيجية في قطاع الاتصالات اليمني.
2. قياس مدى تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمني.
3. دراسة مدى تأثير اليقظة الاستراتيجية بأبعادها (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) على تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها مجتمعة في قطاع الاتصالات اليمني.

الدراسات السابقة

هدفت دراسة (Sadeq Kanabi *et al*, 2025) إلى دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي، مع التركيز على تأثيرها على الأداء التنظيمي والقدرة على الابتكار والميزة التنافسية والنجاح الاستراتيجي في المستشفيات الخاصة في أربيل، إقليم كردستان العراق. وتؤكد نتائج الدراسة على الدور المحوري لليقظة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي داخل المؤسسات. وتُبرز الارتباطات الإيجابية القوية بين اليقظة الاستراتيجية والمتغيرات التابعة - الأداء التنظيمي، والقدرة على الابتكار، والميزة التنافسية، والنجاح الاستراتيجي - فعاليتها كأداة استراتيجية. كما تؤكد الدراسة على العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والميزة التنافسية

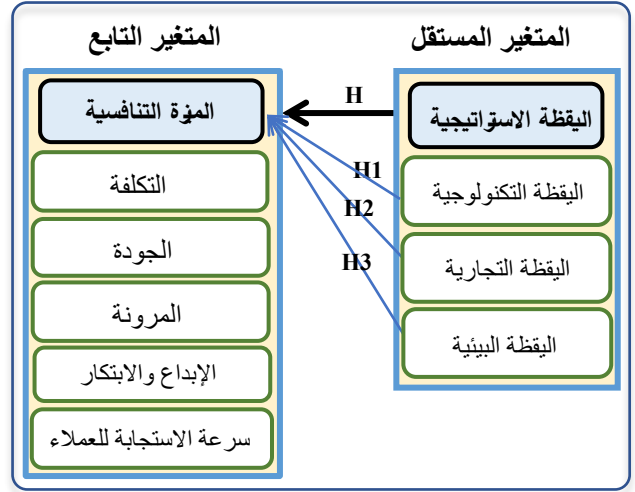
أما دراسة (Zouarqui & Mouzaoui, 2024) فقد هدفت إلى استكشاف دور اليقظة الاستراتيجية اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى أن اليقظة الاستراتيجية ضرورية لتحقيق الميزة التنافسية.

وهدفت دراسة (محي الدين والعامري، 2023) إلى قياس دور القيادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المستشفيات الأهلية بالعاصمة صنعاء. وتوصلت الدراسة إلى وجود دور إيجابي للقيادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية بالمستشفيات الأهلية (محل الدراسة)، بالإضافة إلى وجود اهتمام كبير للقيادة الاستراتيجية والميزة التنافسية بجميع أبعادها.

هدفت دراسة (الحاضري والكميم، 2024) إلى معرفة دور التعلم الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى التعلم الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية جاء بدرجة عالية إلى حد ما، بالإضافة إلى وجود دور ذو دلالة إحصائية للتعلم الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية.

وهدفت دراسة (Al-Khasswneh *et al*. 2023) إلى تحديد أثر اليقظة الاستراتيجية على القدرات التنافسية لشركات التأمين الأردنية. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذا دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية على القدرات التنافسية.

كما هدفت دراسة (الظفري والأشول، 2024) إلى قياس أثر اليقظة الاستراتيجية في التميز المنظمي في قطاع الاتصالات اليمنية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى توفر اليقظة الاستراتيجية في قطاع الاتصالات إجمالاً كان مرتفعاً، كما بينت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية بأبعادها في التميز المنظمي في قطاع الاتصالات اليمنية.



شكل (1) النموذج المعرفي للدراسة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات الآتية:

المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية): (أبوحمور والعباس، 2023؛ الحسن والحفصي، 2023؛ البدوي، 2022؛ Hasan, 2022؛ لعروسي وشعيب، 2022؛ فايزة وخديجة، 2022؛ Jaaz & Jamal 2021).

المتغير التابع (الميزة التنافسية): (حرييري وكيفاني، 2024؛ عايض والشمسي، 2024؛ محي الدين والعامري، 2023؛ لعمارة، 2022؛ علي وإمام، 2022؛ الحداد، 2022؛ بوذن وسلطاني، 2021).

التعريفات المفاهيمية والإجرائية

اليقظة الاستراتيجية: تُعرف اليقظة الاستراتيجية بأنها نظام متكامل لعملية المراقبة يهدف إلى جمع المعلومات من جميع الأطراف ذات الصلة بالمنظمات، سواء كانت تجارية أو تنافسية أو تكنولوجية أو بيئية، مما يمكن المنظمة من اتخاذ القرارات الاستراتيجية وتحقيق التميز على المدى البعيد (Altarawneh, 2023, p.52).

أما إجرائياً فتُعرف بأنها: عملية المراقبة والمتابعة للمعلومات والتغيرات المحيطة بقطاع الاتصالات في اليمن، بالإضافة إلى رصد التغيرات البيئية والتطورات ذات الصلة بهدف تحليلها ومعالجتها والتنبيه لكيفية التعامل معها.

الميزة التنافسية: تُعرف الميزة التنافسية بأنها تَمَنُّع المنظمة بخصائص أو قدرات متفوقة تُمكنها من تحقيق أداء متميز والحفاظ عليه، وذلك مقارنةً بمنافسيها. (Njoroge & Kinyua, 2025, p.37).

أما إجرائياً فتُعرف بأنها: مجموعة من الميزات الفريدة التي يمتلكها قطاع الاتصالات اليمنية في تقديم خدمات عالية الجودة، والتي يصعب على المنافسين تقليدها.

منظمة. فهي تلعب دوراً حيوياً في اتخاذ القرارات الاستراتيجية الفعالة، وتساعد المؤسسة على جمع معلومات استخباراتية حول بيئتها، وهذه المعلومات ضرورية لتمكينها من الاستجابة بشكل مدروس للظروف المتغيرة، ومواجهة التحديات سواء من البيئة أو من أصحاب المصلحة. كما أن تكيف الخطط مع البيئة الديناميكية يتطلب ممارسة اليقظة الاستراتيجية، بهدف تفسير التطورات وتحديد عوامل أو مسببات التغيير، وتوجيه القرارات والإجراءات التي تخلق استراتيجيات جديدة (Arcos, 2016).

يُعتبر مفهوم اليقظة الاستراتيجية من المفاهيم المعاصرة التي تم تناولها في أدبيات إدارة الأعمال بشكل عام، وفي الأدبيات الخاصة بالإدارة الاستراتيجية بشكل خاص، حيث يعكس مستوى قدرة المنظمة على التفاعل مع بيئتها وتغييراتها المستمرة والحالة الديناميكية التي تميزها (أبورعيان، 2024).

لقد نالت اليقظة الاستراتيجية، بأهميتها وتحت اعتبارها كعنصر جديد في إدارة الأعمال، اهتماماً كبيراً من الدراسة والتحليل على مستوى الفكر، وكذلك في التطبيق العملي. قدم العديد من المفكرين والباحثين في هذا المجال العديد من المفاهيم والتعاريف لليقظة الاستراتيجية التي يصعب حصرها (نحاسية، 2018).

فقد عرفها (Benkassir et al, 2025) عمليةً تتضمن جمع المعلومات ومعالجتها وتحليلها ونشرها. وتتمثل مهمتها الرئيسية في رصد بيئة الشركة ومراقبتها لمواكبة التوجهات والأولويات الاستراتيجية المستقبلية.

أبعاد اليقظة الاستراتيجية

في هذه الدراسة، حُددت ثلاثة أبعاد لليقظة الاستراتيجية استناداً إلى الأدبيات المتاحة، وهي تشكل الإطار المعرفي للبحث. وتُعرض هذه الأبعاد على النحو التالي:

اليقظة التكنولوجية: تشير اليقظة التكنولوجية إلى الجهود التي تبذلها المنظمة، بالإضافة إلى استراتيجياتها، في تحديد وفهم التطورات التقنية التي قد تؤثر على مستقبلها. (Mahdi & Hammad, 2021, p. 36).

اليقظة التجارية: تُعرف اليقظة التجارية أو التسويقية، كما يُشار إليها أيضاً، بأنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات التي يستخدمها مديرو التسويق للحصول بشكل منهجي على معلومات حديثة حول التغيرات في بيئة التسويق للمنظمة، مما يُساعد المديرين في إعداد وتعديل استراتيجيات التسويق". يشمل هذا المفهوم أيضاً القدرة على تفسير البيانات المستمدة من البيئتين الداخلية والخارجية للمنظمة، وفحصها وتقييمها، بما في ذلك بيانات العملاء والمنافسين والأسواق والشركاء، وذلك لتحسين عمليات التسويق واتخاذ القرارات الاستراتيجية في المنظمة (Kunle, et al, 2017, p:55).

كما هدفت دراسة (محمد، 2022) إلى التعرف على دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لجامعة الأندلس للعلوم والتقنية - صنعاء، استناداً إلى بيانات 80 فرداً، خلصت النتائج إلى وجود دور لليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لجامعة الأندلس، وأنه كلما زاد درجة واحدة في تطبيق اليقظة الاستراتيجية يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية.

من جهة أخرى، هدفت دراسة (الحداد، 2022) إلى قياس واقع ممارسة اليقظة الاستراتيجية في الجامعات الأهلية اليمنية، ومعرفة مدى تحقق الميزة التنافسية في الجامعات الأهلية اليمنية في ضوء التميز الإداري، كما هدف إلى تحديد العلاقة بين ممارسة اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية في التميز الإداري في هذه الجامعات، وتوصلت الدراسة إلى أن واقع ممارسة اليقظة الاستراتيجية وتحقيق الميزة التنافسية متوفرة بدرجة (كبيرة) في الجامعات الأهلية اليمنية، ووجود علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين واقع اليقظة الاستراتيجية وواقع الميزة التنافسية.

وهدف دراسة (الحسني وحفصي، 2023) إلى التعرف على أثر اليقظة الاستراتيجية من خلال (اليقظة التنافسية، اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) في تعزيز الميزة التنافسية من خلال دراسة حالة مؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية كلا على حده في تعزيز الميزة التنافسية، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد اليقظة الاستراتيجية مجتمعة في تعزيز الميزة التنافسية بمؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر.

أما دراسة (Mahdi & Hammad, 2021) هدفت إلى أثر اليقظة التكنولوجية على تحقيق الميزة التنافسية (من حيث التكلفة والمرونة والجودة) في التعليم الجامعي، وذلك من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة الأقصى. استناداً إلى 67 عضواً، أشارت نتائج تحليل بيانات الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لليقظة التكنولوجية على تحقيق الميزة التنافسية في التعليم الجامعي لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة الأقصى.

وبناءً على ذلك، يمكن القول بأن اليقظة الاستراتيجية تعتبر عنصراً أساسياً في بناء ميزة تنافسية مستدامة لقطاع الاتصالات اليمنية، تساعده على التكيف والازدهار في بيئات العمل المتغيرة بسرعة. كما تؤدي اليقظة الاستراتيجية إلى تحسين قدرة الشركات على التكيف مع تغيرات السوق والابتكارات التكنولوجية، مما يضمن استمرارية النمو والنجاح في بيئات العمل المتغيرة.

الإطار النظري للدراسة

اليقظة الاستراتيجية

تُعد اليقظة الاستراتيجية خطوة أساسية تسبق إعداد الاستراتيجيات وتواصل جهود الاتصال الاستراتيجي لأي

المنظمة على تصميم منتج وتصنيعه وتسويقه بتكلفة أقل من منافسيها، مما يؤدي في النهاية إلى عوائد أعلى" (Abirat & Hicher, 2023, p:479).

الجودة: القدرة على تقديم المنتجات والخدمات بتكلفة منخفضة وجودة عالية تساعد على تميز المؤسسة في السوق، وتعرض الميزات والخصائص العامة للمنتج أو الخدمة بطريقة تلي احتياجات العملاء بطريقتهم (Gupta & Kumar, 2014). وتُعرفها الجمعية الأمريكية لمراقبة الجودة (ASQC) بأنها: مجموعة من الخصائص والصفات الخاصة بمنتج/خدمة تؤثر على قدرتها على تلبية احتياجات محددة (Rashid, 2019. P:549).

المرونة: "قدرة المنظمة على الاستجابة السريعة للتغيرات في خصائص تصميم المنتج أو التغيرات المتعلقة بحجم طلبات العملاء وتنوع رغباتهم" (Al-najjar, 2016, p. 119). وتشير المرونة أيضاً إلى "قدرة المنظمة على توليد اقتراحات وخيارات جديدة مثمرة، وبالتالي التفوق على منافسيها" (Agha & Jamhour, 2012, p. 195).

الإبداع والابتكار: يعتبر الإبداع والابتكار ركيزتين أساسيتين في عالم ريادة الأعمال، حيث يُعبر الإبداع عن عملية التفكير لتوليد أفكار جديدة، بينما يُركز الابتكار على تنفيذ هذه الأفكار وتحويلها إلى نتائج ملموسة (Mazla et al, 2020). ويُعرف جورتين (1998) الإبداع بأنه توليد الأفكار، بينما يُعرف الابتكار بأنه ممارسة غريبة هذه الأفكار وصقلها وتطبيقها (Job & Bhattacharyya, 2007, pp. 53-54).

استجابة العملاء: تشير هذه النقطة إلى سرعة استجابة المؤسسة لرغبات عملائها المتغيرة والمتطورة (Agha & Jamhour, 2012, p. 195). وتعني تحديداً سرعة استجابة مزودي الخدمات في قطاع الاتصالات لطلبات العملاء واستفساراتهم بفعالية، مما يبني ثقة العملاء ويعزز ولائهم للقطاع.

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن أهم أبعاد الميزة التنافسية تتمثل في خفض التكاليف من خلال تقديم خدمات اتصالات عالية الجودة باستخدام التقنيات الحديثة، إلى جانب القدرة على التغيير والتكيف مع التطورات في قطاع الاتصالات ومواكبة مستجداته، بما يضمن تقديم الخدمات بكفاءة عالية وفي وقت قياسي، مع تحسين جودة الأداء وتعزيز الابتكار.

منهج الدراسة

بناءً على طبيعة الدراسة ولتحقيق أهدافها تم استخدام المنهج الكمي بشقيه التحليلي والوصفي باعتباره واحداً من أكثر المناهج استخداماً في دراسة الظواهر الإنسانية والاجتماعية.

اليقظة البيئية: تسمى أيضاً "اليقظة المحيطة"، ويمكن تعريفها على أنها اليقظة الشاملة لرصد جميع التطورات (الديموغرافية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية) التي تؤثر على أنشطة المنظمة، وكذلك متابعة جميع الأحداث والتغيرات البيئية ذات الصلة (Alshaer, 2020, p. 3).

يُعدّ تطبيق اليقظة البيئية مهمة صعبة للمنظمة نظراً لشموليتها جوانب عديدة من البيئة، مما يتطلب منها معالجة معلومات مختارة بعناية من حيث التحليل والمعالجة وإرسالها إلى صانعي القرار لتمكينهم من تحديد المعلومات الأساسية (Benkassir et al, 2025, p.616).

الميزة التنافسية

أصبح الحصول على الميزة التنافسية والحفاظ عليها موضوعاً هاماً في أدبيات الاستراتيجية. وجد العديد من الباحثين أن هناك منهجين لتحقيق الميزة: التفسير القائم على الموارد والنظرية النظامية. وفقاً لنظرية الموارد، المصدر الوحيد للميزة هو الموارد المالية للشركة، التي يجب أن تتوافر فيها صفات معينة لتكون مصدراً لميزة تنافسية مستدامة على المدى القصير (Ali & Anwar., 2021, P.13). ووفقاً لـ Anwar (2017)، فإن الشركات التي تمتلك موارد ثمينة ونادرة تكتسب ميزة تنافسية وتزيد من إنتاجيتها.

يُصور بورتر الميزة التنافسية بأنها: "آلية تعتمد عليها المنظمات عندما تكتشف منهجيات وتقنيات أكثر فاعلية من تلك التي تتبعها نظيراتها في نفس القطاع" (Zouarqui & Mouzaoui, 2024). ويؤكد من خلال هذا الوصف على أن الأساليب المبتكرة تعتبر أساسية لتحقيق الميزة التنافسية، إذ تعتبر وسيلة فعالة للمؤسسات لضمان والحفاظ على ميزة تنافسية، مما يساهم في استمراريتها في السوق. وذكر آخرون أنها عامل أو مجموعة عوامل تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على استقرار أو نمو المنظمة في السوق، ويشمل ذلك المشاركة الفعالة في التأثير الاقتصادي وتعزيز استقرار الأرباح من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة (Al-najjar, 2016).

أبعاد الميزة التنافسية

تسعى المؤسسة باستمرار لتلبية احتياجات وتطلعات عملائها، وتحويل هذه المتطلبات إلى محاور استراتيجية. تُعدّ هذه المتطلبات أساساً للميزة التنافسية التي تسعى المؤسسة لتحقيقها من خلال تلبية رغبات وتوقعات العملاء. تشمل الأبعاد المعترف بها في العديد من الأطر الأكاديمية: التكلفة، والجودة، والمرونة، والإبداع، والابتكار، والاستجابة للعملاء. هذه الأبعاد، التي تسعى المؤسسات لتحقيقها عبر ميزتها التنافسية، تمثل كالتالي:

التكلفة: "هذا البُعد يُركز على تقديم خدمة أو منتج بأقل تكلفة لضمان رضا العملاء سواء كانوا داخليين أو خارجيين (Ouali & Ouali, 2024). كما تشير التكلفة أيضاً إلى "قدرة

مجتمع الدراسة والعينة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع القيادات الإدارية والإشرافية في قطاع الاتصالات اليمنية، ويبلغ عددهم الإجمالي 790 قيادياً. واستخدمت عينة ملائمة، بلغ حجمها 302 موظفاً بناءً على دراسة سابقة لتحديد حجم العينة (Krejcie & Morgan, 1970). تم توزيع 302 من خلال استبيان إلكتروني ومقابلة شخصية، استرد منها 16 استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل، من حيث النقص في الاستجابة أو الاستجابات غير المنطقية والعشوائية، وتم تحليل عدد 286 استبانة.

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من المصادر الأولية، متكونة من محورين:

1. المتغيرات الديمغرافية التي تشمل (الجهة/الشركة، النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، المسمى الوظيفي).
2. البيانات الأساسية لمتغيرات الدراسة، والتي تتضمن متغيرين: الأول هو اليقظة الاستراتيجية ويتضمن 15 فقرة موزعة على ثلاثة أبعاد (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية)، مع 5 فقرات لكل بُعد، أُسْتُمدت من دراسات متعددة (أبوحمور والعنساوة، 2023؛ الحسني وحفصي، 2023؛ البديوي، 2022؛ Hasan, 2022؛ لعروسي وشعيب، 2022؛ فائزة وخديجة، 2022؛ Jaz & Jamal 2021).

أما المتغير الثاني فهو الميزة التنافسية، ويتضمن 25 فقرة موزعة على خمسة أبعاد (التكلفة، الجودة، المرونة، الإبداع والابتكار، سرعة الاستجابة للعملاء)، مع 6 فقرات لكل بُعد، أُسْتُمدت من دراسات مختلفة (حريري وكيفاني، 2024؛ عايض والشمسي، 2024؛ محي الدين والعامري، 2023؛ لعمارة، 2022؛ علي وإمام، 2022؛ الحداد، 2022؛ بونن وسلطاني، 2021). واستُخدم مقياس ليكرت السباعي (Likert Scale) لقياس استجابات الباحثين، ويشمل الفئات: موافق بشدة (7)، موافق (6)، موافق إلى حد ما (5)، محايد (4)، غير موافق إلى حد ما (3)، غير موافق (2)، غير موافق بشدة (1).

خصائص عينة الدراسة

جدول (1): توزيع أعضاء العينة وفقاً للخصائص الديموغرافية للموظفين.

النوع الاجتماعي	العدد	النسبة
ذكر	277	96.85%
أنثى	9	3.15%
العمر	العدد	النسبة
50-41 سنة	143	50.00%
40-31 سنة	86	30.07%
من 51 سنة فأكثر	54	18.88%
30 سنة فأقل	3	1.05%
المؤهل العلمي	العدد	النسبة
بكالوريوس	215	75.17%
دراسات عليا	60	20.98%
دبلوم بعد الثانوية	9	3.15%
ثانوية	2	0.70%

النوع الاجتماعي	العدد	النسبة
سنوات الخبرة	العدد	النسبة
21 سنة فأكثر	142	49.65%
من 11-20 سنوات	131	45.80%
10 سنوات فأقل	13	4.55%
المسمى الوظيفي	العدد	النسبة
رئيس قسم	222	77.62%
مدير إدارة	42	14.69%
مدير عام	19	6.65%
مدير تنفيذي/نائب مدير تنفيذي	3	1.05%
المجموع الكلي	286	100%

يتضح من الجدول (1) أن الغالبية العظمى من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور بنسبة (96.85%)، في حين تمثل الإناث فقط (3.15%). يمكن القول إن الذكور يشكلون الأغلبية في العينة؛ ويعكس ارتفاع نسبة الذكور بشكل عام واقع القوى العاملة في المنظمات الحكومية والطبيعية الخاصة لعمل القطاع، الذي يتطلب مهام فنية وإنشائية وميدانية، وهو ما أثر على سياسات التوظيف والاستقطاب والاختيار والتعيين في قطاع الاتصالات منذ فترة طويلة. كما تبين من الجدول المتعلق بـ(المؤهل العلمي) أن أغلب أفراد العينة حاصلون على الشهادة الجامعية (بكالوريوس) بنسبة (75.17%)، يليهم حملة الدراسات العليا بنسبة (20.98%)، ثم حملة الدبلومات بعد الثانوية بنسبة (3.15%)، وأخيراً حملة الثانوية العامة بنسبة (0.70%). يمكن القول إن الدراسة شملت مؤهلات عالية، ويعود ارتفاع نسبة حاملي شهادة البكالوريوس والدراسات العليا إلى أن معظم الوظائف الإشرافية في قطاع الاتصالات تتطلب مؤهلاً جامعياً فأعلى.

وبالنسبة لمتغير سنوات الخدمة فقد تبين أن أغلبية موظفي قطاع الاتصالات اليمنية قيد الدراسة امتدت سنوات خدمتهم لـ(أكثر من 21 سنة) بنسبة (49.65%) وهذا يرجع لطبيعة مجتمع البحث والمتمثل بالقيادات الإدارية.

وفيما يتعلق بمتغير المسمى الوظيفي لأفراد العينة، أظهر الجدول السابق أن الغالبية تنتمي إلى فئة رؤساء الأقسام بنسبة (77.62%)، في حين أن (14.69%) من العينة هم مدراء إدارات. ويأتي بعدهم مدراء العموم بنسبة (6.65%)، وأخيراً فئة المدراء التنفيذيين أو نوابهم بنسبة (1.5%). ويمكن تفسير ذلك بزيادة تمثيل رؤساء الأقسام، نظراً لعدددهم مقارنة بالمستويات الأعلى، ويعود ارتفاع نسبة رؤساء الأقسام إلى الهيكل التنظيمي الهرمي، حيث تتسع الوظائف في القاعدة ونقل تدريجياً مع ارتفاع المستوى في قمة الهيكل.

الصدق الظاهري

بعد الانتهاء من إعداد الاستبانة، تم عرضها على مجموعة من المختصين في العلوم الإدارية. طلب منهم تقديم ملاحظاتهم حول وضوح التشخيصات، وملاءمتها اللغوية، ومدى ارتباطها بالمجال الذي تنتمي إليه، كما طُلب منهم إبداء آرائهم

الثبات

يوضح الجدول (2) تقييم الثبات وصدق التقارب بين أبعاد كل متغير ومؤشراته (فقراته).

الضرورية، سواء كان ذلك من خلال الحذف أو الإضافة. تم أخذ الملاحظات بعين الاعتبار، مما ساهم في تحسين الاستبانة وإخراجها بشكل نهائي. وبالتالي، أصبحت مجموع فقرات الاستبانة (40) فقرة، حيث كل بعد من الدراسة يحوي على (5) فقرات.

جدول (2): نتائج تقييم صدق التقارب بين أبعاد المتغيرين المستقل.

المتغير	البعد	المؤشر	قيم التشبع	الفاكرونباخ	الثبات المركب CR	متوسط التباين المستخرج AVE
اليقظة التكنولوجية		C1 1	0.895	.828	0.876	0.587
		C1 2	0.752			
		C1 3	0.745			
		C1 4	0.692			
		C1 5	0.731			
اليقظة التجارية		C2 1	0.865	.804	0.838	0.512
		C2 2	0.709			
		C2 3	0.671			
		C2 4	0.642			
		C2 5	0.626			
اليقظة البيئية		C3 1	0.871	.807	0.847	0.530
		C3 2	0.668			
		C3 3	0.585			
		C3 4	0.738			
		C3 5	0.747			
الجودة		Y1 1	0.706	.846	0.852	0.537
		Y1 2	0.763			
		Y1 3	0.813			
		Y1 4	0.751			
		Y1 5	0.615			
المرونة		Y2 1	0.886	.804	0.844	0.523
		Y2 2	0.647			
		Y2 3	0.659			
		Y2 4	0.684			
		Y2 5	0.715			
الميزة التنافسية	التكلفة	Y3 1	0.869	.742	0.862	0.561
		Y3 2	0.658			
		Y3 3	0.896			
		Y3 4	0.598			
		Y3 5	0.676			
سرعة الاستجابة		Y4 1	0.722	.820	0.864	0.561
		Y4 2	0.735			
		Y4 3	0.682			
		Y4 4	0.694			
		Y4 5	0.893			
الإبداع والابتكار		Y5 1	0.672	.853	0.863	0.560
		Y5 2	0.869			
		Y5 3	0.810			
		Y5 4	0.685			
		Y5 5	0.684			

وأقل من (0.530)، مما يشير إلى تماسك داخلي في فقرات كل بعد من أبعاد المتغيرين. ولتأكيد الثبات الكلي، أظهرت النتائج أن الثبات المركب كان بين (0.838 و0.876)، مما يدل على ثبات عام لكل بعد. كما أظهرت النتائج وجود تقارب في الصدق بين الفقرات وأبعادها، حيث كانت قيم متوسط التباين المستخرج جميعها أكبر من (0.500)، مما يعزز صحة

يتضح من الجدول (2) أن جميع قيم التشبعات للمؤشرات تتراوح بين (0.585 و0.895) لعبارات أبعاد المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية)، وبالنسبة للمتغير التابع (الميزة التنافسية)، تتراوح بين (0.598 و0.896). هذا يعكس أن كل بُعد يوضح أكثر من 50% من التباين في فقراته، مما يدل على ثبات عالي لكل فقرة. كما أن قيمة معامل الثبات (الفاكرونباخ) للأبعاد في المتغيرين المستقل والتابع كانت أكبر من (0.7420)

وموثوقية النتائج المتعلقة بقياس كل متغير وعلاقته بالمتغير الآخر.

نتائج الدراسة

نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

النتائج المتعلقة بأبعاد المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية)

جدول (3) التحليل الوصفي لأبعاد المتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية).

البُعد	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى الممارسة
اليقظة التكنولوجية	1	5.53	0.80	79.00%	عالٍ
اليقظة التجارية	3	5.27	0.87	75.29%	عالٍ إلى حدٍ ما
اليقظة البيئية	2	5.33	0.85	76.14%	عالٍ
المتوسط العام		5.38	0.73	76.86%	عالٍ

- احتل بُعد اليقظة التكنولوجية المرتبة الأولى، مع متوسط حسابي (5.53)، وانحراف معياري (0.80)، ونسبة (79.00%)، ويُعتبر ممارسة عالية.
- جاء بُعد اليقظة البيئية في المرتبة الثانية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (5.33)، وانحراف معياري (0.85)، ونسبة (76.14%)، ويُعد أيضاً ممارسة عالية.
- وأخيراً، جاء بُعد اليقظة التجارية في المرتبة الثالثة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (5.27)، وانحراف معياري (0.87)، ونسبة (75.29%)، ويُعتبر ممارسة عالية إلى حدٍ ما.

من خلال الجدول (3)، يُلاحظ أن المتوسط العام للمتغير المستقل (اليقظة الاستراتيجية) كان مرتفعاً، حيث بلغ المتوسط الحسابي للأبعاد (5.38) والانحراف المعياري (0.73)، مع نسبة موافقة (76.86%). كما يظهر أن ترتيب مستوى ممارسة اليقظة الاستراتيجية في قطاع الاتصالات اليمنية وفقاً لأبعادها (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) كان كالتالي:

النتائج المتعلقة بأبعاد المتغير التابع (الميزة التنافسية)

جدول (4) التحليل الوصفي لأبعاد المتغير التابع (الميزة التنافسية).

البُعد	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى الممارسة
الجودة	1	5.43	0.83	77.57%	عالٍ
المرونة	4	5.30	0.81	75.71%	عالٍ
التكلفة	2	5.34	0.77	76.29%	عالٍ
سرعة الاستجابة للعملاء	3	5.33	0.83	76.14%	عالٍ
الإبداع والابتكار	5	4.97	1.04	71.00%	عالٍ إلى حدٍ ما
المتوسط العام		5.27	0.74	75.29%	5.27

- من الجدول (4) يتضح أن المتوسط العام للمتغير التابع (الميزة التنافسية) كان مرتفعاً إلى حدٍ ما، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للأبعاد (5.27) مع انحراف معياري (0.74) ونسبة (75.29%). كما يظهر أن ترتيب مستوى تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمني وفقاً لأبعادها (الجودة، المرونة، التكلفة، سرعة الاستجابة للعملاء، الإبداع والابتكار) كان كما يلي: جاء بُعد الجودة في المقدمة، محققاً متوسطاً حسابياً (5.43) مع انحراف معياري (0.83)، ونسبة (77.57%)، ويمثل مستوى عالٍ. ثم يأتي بُعد التكلفة في المركز الثاني، حيث بلغ المتوسط الحسابي (5.34) مع انحراف معياري (0.77)، ونسبة (76.29%)، ويُعد مستوى عالٍ. يليه بُعد سرعة الاستجابة للعملاء في المركز الثالث، بمعدل حسابي (5.33) انحراف معياري (0.83)، بنسبة

جدول (5) نتائج مسار الفرضية الرئيسية.

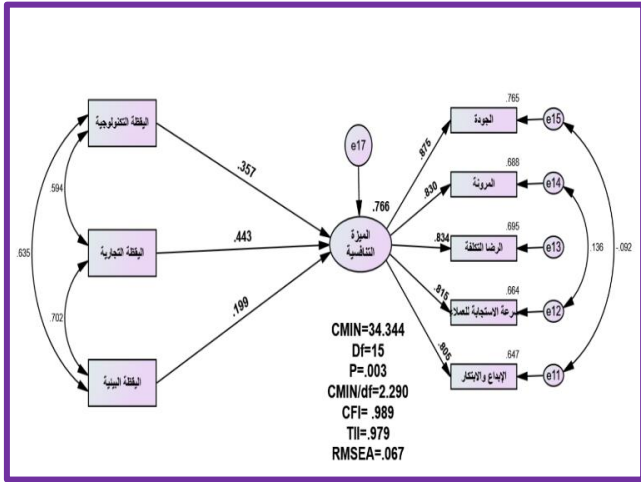
نتائج اختبار الفرضيات

نتائج اختبار الفرضيات الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية (H): على أنه "يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية".

القيمة الاحتمالية P	التقديرات غير المعيارية			التقديرات المعيارية		المسار
	القيمة الحرجة (CR)	الخطأ المعياري S.E.	معامل التأثير β	معامل الانحدار Beta	R ²	
***	13.040	0.075	0.978	0.931	0.867	اليقظة الاستراتيجية... < الميزة التنافسية

إحصائي مهم للبقطة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمني عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).



شكل (2): مسار العلاقة للفرضية الرئيسية.

*** دالة إحصائياً عند $p < 0.001$ من خلال الجدول (5) والشكل (2)، يتضح أن البقطة الاستراتيجية تلعب دوراً هاماً في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمني، حيث أن القيمة الحرجة ($CR=13.040$) تفوق الحد المطلوب (± 1.96)، وأيضاً كانت القيمة الاحتمالية ($P < 0.05$)، مما يدل على دلالة النتائج. كما يبين معامل التحديد ($R^2=0.867$) أن 86.7% من التباين في الميزة التنافسية يُفسر من خلال ممارسة البقطة الاستراتيجية، بينما يُعزى الـ 13.3% الباقية لعوامل أخرى غير مذكورة في النموذج. تظهر النتائج أن معامل التأثير ($\beta=0.978$) يشير إلى أن زيادة بمقدار وحدة واحدة (100%) في ممارسة البقطة الاستراتيجية تؤدي إلى ارتفاع بنسبة 97.8% في تحقيق الميزة التنافسية، مما يبرز أهمية البقطة الاستراتيجية في هذا القطاع. كما أن معامل الانحدار (Beta) بلغ 0.931، مؤكداً وجود دور إيجابي للبقطة الاستراتيجية في تحسين الميزة التنافسية. بناءً على ذلك، نقبل الفرضية الرئيسية، والتي تؤكد وجود دور

نتائج اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية

جدول (6): نتائج مسار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية.

المسار	التقديرات غير المعيارية		التقديرات المعيارية		القيمة الاحتمالية P
	معامل الانحدار Beta	معامل التأثير β (Estimate)	الخطأ المعياري S.E.	القيمة الحرجة (CR)	
البقطة التكنولوجية... < الميزة التنافسية	0.357	0.325	0.042	7.649	***
البقطة التجارية... < الميزة التنافسية	0.443	0.369	0.042	8.782	***
البقطة البيئية... < الميزة التنافسية	0.199	0.170	0.044	3.862	***

*** دالة إحصائياً عند $p < 0.001$.

من خلال الجدول (6) والشكل (3)، تظهر نتائج التقديرات المعيارية أن قيمة ($R^2=0.766$) تشير إلى أن أبعاد البقطة الاستراتيجية تفسر بنسبة (76.6%) من التباين في الميزة التنافسية لقطاع الاتصالات اليمني، بينما النسبة المتبقية (23.4%) ترجع إلى متغيرات أخرى خارج النموذج. وتم التأكد من صحة الفرضيات الفرعية المستنبطة من الفرضية الرئيسية كما يلي:

1. توجد دلالة إحصائية للبقطة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمني. حيث أظهر جدول (6) أن القيمة الحرجة ($CR=7.649$) تتجاوز الحد (1.96)، مع قيمة احتمالية ($P < 0.05$) تعتبر ذات دلالة إحصائية، ومعامل التأثير ($\beta=0.325$) وهو قيمة موجبة تشير إلى تأثير إيجابي معنوي، بحيث أن زيادة البقطة التكنولوجية بنسبة 100% تؤدي إلى زيادة في الميزة التنافسية بنسبة 32.5%. وبناءً عليه، يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على وجود دلالة إحصائية للبقطة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية.

2. توجد دلالة إحصائية للبقطة التجارية في تحقيق الميزة التنافسية. حيث أشار جدول (6) إلى أن القيمة الحرجة

3. توجد دلالة إحصائية للبقطة البيئية في تحقيق الميزة التنافسية، حيث أوضح جدول (6) أن القيمة الحرجة ($CR=3.862$) أكبر من (1.96) مع قيمة احتمالية ($P < 0.05$)، ومعامل التأثير ($\beta=0.170$) الذي يدل على تأثير إيجابي معنوي، بحيث أن زيادة البقطة البيئية بنسبة 100% تؤدي إلى زيادة في الميزة التنافسية بنسبة 17.0%. وعلى ذلك، يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على وجود دلالة إحصائية للبقطة البيئية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية.

– جاء بُعد **اليقظة البيئية** في المرتبة الثانية، حيث حصل على متوسط حسابي قدره (5.33)، مع انحراف معياري (0.85)، ونسبة (76.14%)، ويمثل ممارسة عالية. ويشير إلى حرص القطاع على الحفاظ على السلامة البيئية من خلال الالتزام بالقوانين والتشريعات التي تحمي البيئة وتقليل التهديدات البيئية، بالإضافة إلى وضع إجراءات وقائية.

– جاء بُعد **اليقظة التجارية** في المرتبة الأخيرة، حيث حصل على متوسط حسابي قدره (5.27)، مع انحراف معياري (0.87)، ونسبة (75.29%)، ويمثل ممارسة عالية إلى حد ما. وتوضح هذه النتائج أن القطاع يحرص على تعزيز خدماته وتطويرها باستمرار، من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والموردين، ومتابعة معدلات النمو السوقية.

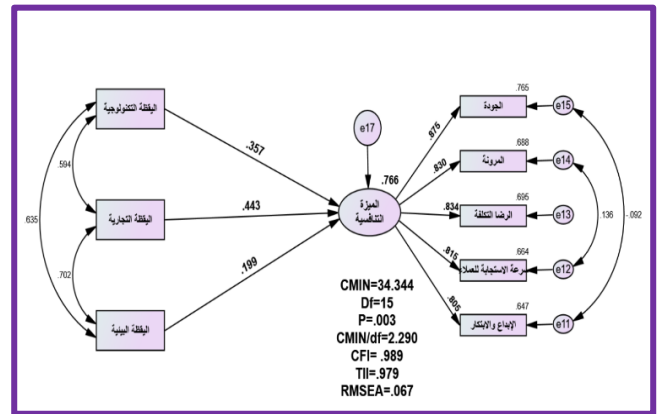
أوضحت نتائج التحليل الوصفي أن مستوى تحقيق المتغير التابع (**الميزة التنافسية**) في قطاع الاتصالات اليمنية (محل الدراسة) كان بشكل عام مرتفعاً إلى حد ما، ويتمشى ذلك مع نتائج دراسات سابقة مثل دراسة الحاضري والكميم (2024) التي أشارت إلى أن مستوى الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية كان مرتفعاً إلى حد ما، وكذلك دراسات محي الدين والعامري (2023) و الحسني وحفصي (2023) التي أظهرت أن مستوى تحقيق الميزة التنافسية في المستشفيات الأهلية كان مرتفعاً. تشير هذه النتائج إلى أن القطاع يسعى إلى تعزيز مكانته في السوق من خلال تحسين جودة الخدمات وتقديم عروض تنافسية تلبي احتياجات العملاء وتحقيق رضاهم.

كما بيّنت النتائج أن ترتيب عناصر تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية بناءً على الأبعاد (الجودة، المرونة، التكلفة، سرعة الاستجابة للعملاء، الإبداع والابتكار) كان كالتالي:

– جاء بُعد **الجودة** في المرتبة الأولى، حيث بلغ متوسطه الحسابي (5.43) مع انحراف معياري (0.83)، ونسبة (77.57%)، ويمثل مستوى عالٍ. وهو ما يعكس حرص القطاع على تقديم خدمات ذات جودة عالية تتوافق مع متطلبات واحتياجات العملاء.

– أما بُعد **التكلفة** فحل في المرتبة الثانية، حيث بلغ متوسطه الحسابي (5.34) بانحراف معياري (0.77)، ونسبة (76.29%)، ويمثل مستوى عالٍ، مما يدل على حرص القطاع على تقليل تكاليف خدماته بما يتناسب مع الوضع الاقتصادي للمجتمع، واهتمامه بتقديم خدمات بأسعار تنافسية تتيح للعملاء الوصول إليها دون أعباء مالية زائدة.

– وجاء بعد ذلك بُعد **سرعة الاستجابة للعملاء** في المرتبة الثالثة، حيث حصل على متوسط حسابي (5.33)



شكل (3) مسار العلاقات للفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية.

مناقشة النتائج

أوضحت نتائج التحليل الوصفي أن مستوى ممارسة المتغير المستقل (**اليقظة الاستراتيجية**) في قطاع الاتصالات اليمنية (محل الدراسة) كان مرتفعاً. وتشير هذه النتيجة إلى وعي واهتمام قوي لدى القطاع بممارسة اليقظة الاستراتيجية؛ كما تظهر أن القطاع قادر على استشعار التغيرات في البيئة الخارجية واستباقها باتخاذ قرارات مناسبة، مما يعزز قدرته التنافسية. وتتوافق هذه النتيجة مع بعض الدراسات السابقة، مثل: دراسة (الظفري والأشول، 2024) التي أكدت أن مستوى توافر اليقظة الاستراتيجية في قطاع الاتصالات اليمنية من وجهة نظر العاملين كان مرتفعاً، ودراسة (الحداد، 2022) التي أظهرت أن ممارسة اليقظة الاستراتيجية متوفرة بدرجة كبيرة لدى قيادات الجامعات الخاصة في اليمن، ودراسة (الضويان والحجي، 2022) التي أشارت إلى أن مستوى ممارسة اليقظة الاستراتيجية لدى القيادات الأكاديمية في جامعة القصيم كان مرتفعاً جداً، بالإضافة إلى دراسة (لعروسي وشعيب، 2022) التي أظهرت مستوى مرتفع لليقظة الاستراتيجية في مؤسسة موبيليس بولاية ورقلة، ودراسة (الحسني وحفصي، 2023) التي بينت أن مستوى اليقظة الاستراتيجية في مؤسسة باليدين للتوصيل السريع في الجزائر كان مرتفعاً جداً. وعلى الرغم من ذلك، تختلف النتائج مع دراستي (المطيري، 2023) و(بوذن وسلطاني، 2021)، اللتين أشارتا إلى أن مستوى اليقظة الاستراتيجية كان منخفضاً. وأظهرت النتائج أن ترتيب مستوى ممارسة اليقظة الاستراتيجية في قطاع الاتصالات اليمنية، وفقاً لأبعادها (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية)، كان على النحو التالي:

– جاء بُعد **اليقظة التكنولوجية** في المرتبة الأولى، حيث حصل على متوسط حسابي قدره (5.53)، مع انحراف معياري (0.80)، ونسبة (79.00%)، ويعكس ممارسة عالية. ومن هذه النتيجة، يتضح أن القطاع يولي اهتماماً كبيراً بمراقبة جميع التطورات التكنولوجية والاستفادة منها في مجال الاتصالات.

الاستنتاجات

الاستنتاجات المتعلقة بمتغيرات الدراسة

- يظهر قطاع الاتصالات اليمني (محل الدراسة) اهتماماً كبيراً بممارسة اليقظة الاستراتيجية.
- هناك تفاوت في مستوى تطبيق الأبعاد المختلفة لليقظة الاستراتيجية في قطاع الاتصالات اليمني، حيث جاءت اليقظة التكنولوجية في المرتبة الأولى، تليها اليقظة البيئية، ثم اليقظة التجارية.
- كانت أعلى درجة من ممارسة أبعاد اليقظة الاستراتيجية (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) في قطاع الاتصالات اليمني هي اليقظة التكنولوجية، وأدناها كانت اليقظة التجارية.
- يُظهر قطاع الاتصالات اليمني اهتماماً عالياً بتحقيق الميزة التنافسية.
- هناك تفاوت في مستوى ممارسة أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة، الجودة، المرونة، الإبداع والابتكار، سرعة الاستجابة للعملاء) في قطاع الاتصالات اليمني، حيث كانت الجودة أعلى مستوى، بينما كانت الإبداع والابتكار أدنى مستوى، ولكن بشكل عالٍ إلى حد ما.
- تقدم الدراسة مؤشرات عملية لصانعي القرار في شركات الاتصالات بشأن أولويات الاستثمار في المراقبة التكنولوجية وتطوير الخدمات من أجل تعزيز التنافسية. كما تضيف فهماً نظرياً محلياً من خلال ربط أبعاد اليقظة الاستراتيجية بالميزة التنافسية في سوق الاتصالات اليمني، مما يوفر للباحثين إطاراً تجريبياً يمكن توسيعه في المستقبل.

الاستنتاجات المتعلقة بفرضيات الدراسة

- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لليقظة الاستراتيجية بأبعاد (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية) في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية، وكان أكثر الأبعاد تأثيراً لليقظة التكنولوجية، وأقلها كان في اليقظة التجارية.
- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لليقظة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية.
- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لليقظة التجارية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية.
- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لليقظة البيئية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية.

التوصيات

استناداً إلى نتائج الدراسة، يوصي الباحثان قطاع الاتصالات اليمني بالآتي:

وانحراف معياري (0.83)، ونسبة (76.14%)، ويمثل مستوى عالٍ، موضحاً اهتمام القطاع بسرعة الاستجابة للمشكلات التي يواجهها العملاء أثناء استخدام الخدمات وحلها خلال وقت قصير.

- بينما جاء بُعد المرونة في المرتبة الرابعة، حيث بلغ متوسطه الحسابي (5.30) مع انحراف معياري (0.81)، ونسبة (75.71%)، ويمثل مستوى عالٍ، ما يدل على قدرة القطاع على التكيف مع التغيرات البيئية بشكل كبير، واستمراره في تلبية احتياجات العملاء، حيث يُعتبر العميل جوهر تقديم الخدمة.
- وأخيراً جاء بُعد الإبداع والابتكار في المرتبة الخامسة، حيث بلغ متوسطه الحسابي (4.97) مع انحراف معياري (1.04)، ونسبة (71.00%)، ويمثل مستوى عالٍ، وهو ما يعكس حرص القطاع على تقديم خدمات جديدة ومناسبة بأساليب إبداعية، وتشجيع الموظفين على ابتكار أفكار وحلول جديدة لتحسين أداء الخدمات.

أظهرت نتائج اختبار الفرضيات وجود دور مهم إحصائياً لليقظة الاستراتيجية بأبعادها في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية، مما يؤكد أن الاهتمام باليقظة الاستراتيجية يعزز من قدرة الشركات على رصد الاتجاهات والتطورات التكنولوجية، وتطوير استراتيجيات تتوافق مع متطلبات السوق. كما أن تحسين اليقظة الاستراتيجية يرفع من قدرة الشركات على الابتكار وتقديم خدمات جديدة تلبي حاجات السوق، مما يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وولائهم وتحقيق ميزة تنافسية نشطة مستدامة. وقد توافقت هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات السابقة، بما في ذلك الدراسات التالية (Khaswneh et al., 2023؛ بوعزيز، 2023؛ الحداد، 2022؛ محمد، 2022؛ الحسني وحفصي، 2023؛ محمد، 2022).

وجود دور إحصائي مهم لليقظة التكنولوجية في تعزيز الميزة التنافسية ضمن قطاع الاتصالات في اليمن. وتوافق هذه النتيجة مع دراسة (Mahdi & Hammad, 2021)، التي أظهرت أن اليقظة التكنولوجية تؤدي إلى أثر إيجابي في تحقيق الميزة التنافسية في المجال التعليمي الجامعي، خاصة بين أعضاء هيئة التدريس في جامعة الأقصى.

للأبحاث بـ(العلوم الإنسانية) في جامعة النجاح الوطنية
www.najah.edu) على مهنتها وحسن تعاونها مع
الباحثين.

Open Access

This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons license, unless indicated otherwise in a credit line to the material. If material is not included in the article's Creative Commons license and your intended use is not permitted by statutory regulation or exceeds the permitted use, you will need to obtain permission directly from the copyright holder. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

المراجع

- أبوحمور، حسام محمود جميل، والعناسة، سري علي. (2023). أثر اليقظة الاستراتيجية على التميز التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية. *المجلة العربية للإدارة*، 43(2)، 37-50.
- أبوريعان، سحر عبدالله. (2024). مستوى ممارسة اليقظة الاستراتيجية لدى بعض القيادات الأكاديمية في جامعة الملك عبدالعزيز. *مجلة العلوم التربوية والإنسانية*، 35(3)، 264-285.
<https://doi.org/10.33193/JEAHS.35.2024.500>
- البديوي، محمد جابر أحمد. (2022). اليقظة الإستراتيجية ودورها في تحسين القدرة المؤسسية لمدارس التعليم الفني: دراسة ميدانية بمحافظة الإسكندرية. *مجلة كلية التربية بالمنصورة*، 117(1)، 933-1056.
<https://search.shamaa.org/FullRecord?ID=493812>

- يجب إنشاء وحدة متخصصة للرصد التكنولوجي داخل كل شركة، تعمل على متابعة التطورات التقنية والابتكارات، وتقديم تقارير دورية للإدارة العليا تتضمن مقترحات تطوير خدمات ومنتجات جديدة.
- تحويل مخرجات اليقظة التجارية إلى مشاريع تجريبية صغيرة تركز على اختبار فرص السوق واحتياجات العملاء، مع تحديد مؤشرات أداء لقياس الأثر قبل في التوسع.
- يُنصح بعقد ورش عمل لتدريب المديرين والإشرافيين على مهارات اكتشاف الإشارات الضعيفة وتحليلها، بالإضافة إلى استخدام نتائج اليقظة في عملية صنع القرار الاستراتيجي.
- توظيف مخرجات اليقظة البيئية في دعم قرارات التخطيط الاستراتيجية من خلال تحليل التغيرات الخارجية وتحديد الفرص والتهديدات بشكل منهجي.
- إقامة شراكات استراتيجية مع مزودي التكنولوجيا والجهات البحثية لتسريع استخدام الابتكارات وتزويد وحدة رصد التكنولوجيا بمعلومات متطورة.

بيان الإفصاح

- **الموافقة الأخلاقية والموافقة على المشاركة:** تخضع هذه الدراسة إلى المعايير الأكاديمية والأخلاقية المعتمدة لدى مركز إدارة الأعمال بجامعة صنعاء. تم الحصول على الموافقة من جميع المشاركين، علماً بأن المشاركة طوعية.
- **توافر البيانات والمواد:** تتوفر البيانات الداعمة لنتائج هذه الدراسة من المؤلف المراسل عند الطلب.
- **مساهمة المؤلفين:** تولى المؤلف الأول صياغة فكرة البحث وتصميم منهجيته، بالإضافة إلى جمع البيانات وتحليلها وكتابة المسودة الأولية. كما ساهم المؤلف الثاني في تفسير النتائج ومراجعة المحتوى العلمي بشكل نقدي، ومتابعة سير البحث وراجع النسخة النهائية. وقد وافق جميع المؤلفين على النسخة النهائية من البحث.
- هذه الدراسة جزء من أطروحة الدكتوراه بعنوان: الدور الوسيط لليقظة الاستراتيجية في العلاقة بين القيادة الاستراتيجية والميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية، ولم تتم مناقشتها بعد.
- **تضارب المصالح:** لا يوجد.
- **التمويل:** لا يوجد أي تمويل.
- **شكر وتقدير:** الشكر الجزيل لقطاع الاتصالات اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء على التسهيلات في جمع البيانات وأيضاً لجميع المشاركين على مساهمتهم القيمة في هذه الدراسة. كذلك الشكر موصول لإدارة مجلة جامعة النجاح

- بوذن، جميلة، وسلطاني، محمد رشدي. (2021). اليقظة التكنولوجية كأداة لتنمية الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على مجموعة من البنوك بولاية بسكرة. *مجلة الاقتصاد والبيئة*، (3)، 108-90. <https://asjp.cerist.dz/index.php/en/article/168821>
- الحاضري، أحمد محمد، والكميم، جمال ناصر. (2024). دور التعلم الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الاتصالات اليمنية. *مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية*، 3(8)، 548-521. <https://doi.org/10.59628/jhs.v3i8.1215>
- الحداد، زهرة محمد ناصر مهجي. (2022). اليقظة الاستراتيجية وعلاقتها بالميزة التنافسية في الجامعات الأهلية اليمنية في ضوء التميز الإداري [أطروحة دكتوراه، جامعة صنعاء]. اليمن.
- حريري، فوزية، وكيفاني، شهيدة. (2024). اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة مؤسسة نفضال بسبدي بلعباس. *مجلة دفاتر اقتصادية*، 15(2)، 682-665. <https://asjp.cerist.dz/en/article/255603>
- الحسني، خولة قاسمي، وحفصي، هدى. (2023). اليقظة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة حالة مؤسسة يالدين للتوصيل السريع في الجزائر. *مجلة دفاتر البحوث العلمية*، 10(2)، 88-64. <https://asjp.cerist.dz/index.php/en/article/21863>
- الدهمي، حارث عبدالله. (2018). دور التخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الهاتف النقال العاملة في الجمهورية اليمنية: دراسة حالة على شركة يمن موبايل [رسالة ماجستير غير منشورة]. الأكاديمية اليمنية للدراسات العليا. <https://oliye.net/opac/showcards.php?id=404176>
- الضويان، حصة عبدالمحسن، والحجي، آلاء ابراهيم. (2019). اليقظة الاستراتيجية لدى القيادات الأكاديمية في جامعة القصيم. *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، 11(1)، 242-223. <https://doi.org/10.31559/EPS2022.11.1.12>
- الظفري، محمد علي حسين، والأشول، محمد عبدالله. (2024). أثر اليقظة الاستراتيجية في التميز المنظمي في قطاع الاتصالات اليمنية. *مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية*، 2(1)، 618-597. <https://doi.org/10.59628/jhs.v2i1.828>
- عايض، عبداللطيف مصلح محمد، والشمسي، عبدالمغيث يحيى علي. (2024). أثر القيادة الاستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي من خلال إدارة الأزمات: دراسة ميدانية في البنوك العاملة بأمانة العاصمة صنعاء. *مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 11(90)، 82-44. <https://search.mandumah.com/Record/1442953>
- علي، سارة عبدالرحمن، وإمام، محمود السيد. (2022). أثر رأس المال الفكري الأخضر على استدامة الميزة التنافسية في شركات السياحة. *مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة*، 11(1)، 270-209.
- غانم، إبراهيم طاهر. (2021). الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الأداء الإداري - دراسة حالة المؤسسة العامة للاتصالات [رسالة ماجستير]. مركز تطوير الإدارة العامة، جامعة صنعاء.
- الغشمي، منى صالح صالح. (2019). أثر التدريب وفق المواصفة الدولية (ISO10015) في تحقيق الميزة التنافسية من خلال أداء العاملين: دراسة ميدانية في شركات الهاتف النقال بأمانة العاصمة صنعاء [بحث مقدم لمؤتمر أو بحث غير منشور].
- فايزة، سلخ، وخديجة، بوعمامة. (2022). دور اليقظة الاستراتيجية في تفعيل الاتصال التنظيمي بالمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة بمؤسسة جازي ولاية غرداية [رسالة ماجستير، جامعة غرداية]. الجزائر. <https://dspace.univ-ghardaia.edu.dz/xmlui/handle/123456789/4222>
- فضل، صالح، وساكيتو، كامبلا. (2023). إصلاح قطاع الاتصالات في اليمن: خيارات السياسة لتحسين مشاركة القطاع الخاص وتعزيز تقديم الخدمات. مركز النمو الدولي. <https://www.theigc.org/ar/publications/asla-h-qta-alatsalat-fy-alyumn-khyarat-alsyast>
- الفيل، سيف تقي. (2021). أثر استخدام نظم المعلومات على مستوى الأداء في المؤسسة العامة للاتصالات السلوكية واللاسلكية بالجمهورية اليمنية [رسالة ماجستير]. مركز تطوير الإدارة العامة، جامعة صنعاء.
- لعروسي، مريم، وشعيب، سهام. (2022). دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة مؤسسة موبيليس بولاية ورقلة [رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح]. الجزائر. <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/32583>

References

- Abirat, L., & Hicher, A. T. (2023). How strategic attentiveness affects gaining a competitive edge Algeria Telecom Corporation: A Case Study. *Journal of El-Maqrizi for Economic and Financial Studies*, 7(2), 474-493. <https://asjp.cerist.dz/en/article/233386>
- Agha, S., Alrubaiee, L., & Jamhour, M. (2012). Effect of core competence on competitive advantage and organizational performance. *International Journal of Business and Management*, 7(1), 192-203. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n1p192>
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Strategic leadership effectiveness and its influence on organizational effectiveness. *International Journal of Electrical, Electronics and Computers*, 6(2), 1-11. <https://ssrn.com/abstract=3835697>
- Al-Khasswneh, R. S. J., Mohammad, A., Al-Shaikh, F. N., Melhem, Y. S., Al-Azzam, M. K. A., Alolayyan, M. N., ... & Al-Hawary, S. I. S. (2023). Impact of strategic vigilance on competitive capabilities in Jordanian insurance companies. In *The effect of information technology on business and marketing intelligence systems* (pp. 1061-1076). Springer International Publishing. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-12382-5_57
- Al-Najjar, F. J. (2016). Social responsibility and its impact on competitive advantage (An applied study on Jordanian telecommunication companies). *International Journal of Business and Social Science*, 7(2), 114-125.
- Alshaer, S. A. (2020). The effect of strategic vigilance on organizational ambidexterity in Jordanian commercial banks. *Modern*

- لعامرة، سرور. (2022). أثر التفاعل بين عمليات إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي في تحقيق التفوق التنافسي المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مؤسسة كوندور إلكترونيك [أطروحة دكتوراه، جامعة محمد الصديق بن يحيى]. الجزائر. <http://dspace.univ-jijel.dz:8080/xmlui/handle/123456789/11287>
- محمد، عبدالرحمن أحمد عبدالله. (2022). دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة على جامعة الأندلس للعلوم والتقنية [رسالة ماجستير، جامعة الأندلس للعلوم والتقنية]. اليمن. <https://aust.uni.ye/DGS/thesis/MB/113>
- محي الدين، علي محسن، والعامري، عبده أحمد علي. (2023). دور القيادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المستشفيات الأهلية بالعاصمة صنعاء. مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، 4(1)، 509-482. <https://doi.org/10.59628/jhs.v4i1.331>
- المطيري، مريم محسن إبراهيم. (2023). القيادة التشاركية وعلاقتها بمستوى اليقظة الاستراتيجية بمدارس التعليم الثانوي بالكويت: دراسة ميدانية. مجلة كلية التربية بالمنصورة، 122(1)، 1038-1005. <https://doi.org/10.21608/maed.2023.317981>
- نحاسية، رتيبة. (2018). أهمية اليقظة الاستراتيجية في تحسين عملية اتخاذ القرار بالمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة (Ooredoo) [أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3]. الجزائر. <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/6739>
- البشير، منصور. (2021). آثار الصراع على قطاع الاتصالات في اليمن. مبادرة إعادة تصور الاقتصاد اليمني (مركز صنعاء للدراسات الاستراتيجية، ديب روت للاستشارات، ومركز البحوث التطبيقية بالشراكة مع الشرق). <https://sanaacenter.org/ar/publications-all/main-publications-ar/12723>
- وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2020، مارس). تقرير الاتصالات والبريد: خمسة أعوام من الصمود (جرائم الحرب العسكرية والاقتصادية بحق الاتصالات والبريد). الجمهورية اليمنية. https://www.mtit.gov.ye/mobile/media_center_yemen.aspx
- وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2022). تقرير مؤشرات الاتصالات وتقنية المعلومات. الجمهورية

- Hasan, M. A. (2022). The impact of strategic vigilance in high performance applied research in communication companies (Asia Cell, Cork Telecom). *World Bulletin of Social Sciences*, 12, 1-15.
- Jaaz, S. A., & Jamal, D. H. (2021). The effect of the dimensions of strategic vigilance on organizational excellence: An applied study of premium class hotels in Baghdad. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(08), 2101-2137.
- Jalod, K. M., Hasan, A. J., & Hussain, A. N. (2021). Strategic vigilance and its role in entrepreneurial performance: An analytical study of the views of a sample of managers in the Ur Company in Nasiriyah, Iraq. *Multicultural Education*, 7(1), 92-103. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4427459>
- Job, P. A., & Bhattacharyya, S. (2007). *Creativity and innovation for competitive excellence in organizations*. <https://www.academia.edu/6862037>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Kunle, A. L. P., Akanbi, A. M., & Ismail, T. A. (2017). The influence of marketing intelligence on business competitive advantage (A study of Diamond Bank Plc). *Journal of Competitiveness*, 9(1), 51-64. <https://doi.org/10.7441/joc.2017.01.04>
- Mahdi, H. R., & Hammad, T. A. (2021). The role of technological vigilance to achieving the competitive advantage in university education among faculty members at Al-Aqsa University. *Malaysian Journal of Industrial Technology*, 5(1), 35-42.
- Mazla, M. I. S. B., Jabor, M. K. B., Tufail, K., Yakim, A. F. N., & Zainal, H. (2020, September). The roles of creativity and *Applied Science*, 14(6), 82-94. <https://doi.org/10.5539/mas.v14n6p82>
- Altarawneh, R. M. (2023). The effect of strategic vigilance on organizational excellence the mediating role of strategic foresight. *International Journal of Business and Management*, 18(3), 52-63. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v18n3p52>
- Anwar, K. (2017). Analyzing the conceptual model of service quality and its relationship with guests' satisfaction: A study of hotels in Erbil. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 25(2), 1-16. <https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2017.25.2.01>
- Arcos, R. (2016). Public relations strategic intelligence: Intelligence analysis, communication and influence. *Public Relations Review*, 42(2), 264-270. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.08.003>
- Benkassir, I., Mechnane, B., & Khedadmia, A. (2025). The impact of strategic vigilance on the activation of the marketing innovation: A field study of a group of small and medium enterprises in the state of Batna. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 614-629. <https://doi.org/10.52783/ijept.65>
- Fadhil, A. H., Hasan, M. F., Abdullah, A., Amanah, A. L., & Qandeel, A. M. (2021). The role of strategic consciousness in enhancing the strategic vigilance. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(06), 965-978. <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.06.082>
- Gupta, V., Garg, D., & Kumar, R. (2014). Depiction of total quality management during the span of 2003–2013. *Journal of Engineering and Technology*, 4(2), 81-86. <https://doi.org/10.4103/0976-8580.141170>

<https://doi.org/10.37200/IJPR/V23I2/PR190315>

- Sadeq Kanabi, I., Fattah Sulayman, S., Salih Nader, A., Jalal Ahmed Nanekeli, R., & Jameel Sadiq, G. (2025). The role of strategic vigilance in achieving strategic success. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 11(1), 109-125. <https://dx.doi.org/10.22161/ijaems.111.8>
- Sandra, A. (2024). *Adapting to rapid change in consumer demands*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/389614930>
- Zouarqui, I., & Mouzaoui, A. (2024). The role of strategic vigilance in achieving competitive advantage in the institution-case study of El Sewedy Cables, Ain Defla. *International Journal of Professional Business Review*, 9(11), e5124. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i11.5124>
- innovation in entrepreneurship. In *International Conference on Student and Disabled Student Development 2019 (ICoSD 2019)* (pp. 213-217). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200921.035>
- Nashiruddin, M. I. (2019). Creating competitive advantage in the turbulent business environment: Lesson learned from Indonesia telecommunication industry. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 17(1), 31-46. <http://dx.doi.org/10.17933/bpostel.2019.170103>
- Njoroge, N. W., & Kinyua, G. M. (2025). Strategic orientation as an antecedent of competitive advantage: Evidence from review of literature. *International Journal of Educational Research*, 13(3), 35-68.
- Othman, R. A. H., & Majeed, M. H. (2026). Diagnosing the reality of strategic vigilance dimensions at Northern Technical University and its affiliated formations in Nineveh Governorate/An analytical study. *NTU Journal for Administrative and Human Sciences (JAHS)*, 297-312. <https://doi.org/10.56286/q6nnes30>
- Ouali, K., & Ouali, M. (2024). Strategic vigilance: An effective mechanism in enhancing sustainable competitive advantage-a study of a sample of Algerian institutions. *International Journal of Professional Business Review*, 9(8), e5512. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i8.5512>
- Rashid, K. T. S., Ismael, D. A., Othman, B., & Ali, R. (2019). Dimensions of service quality and their effects on achieving competitive advantage: An exploratory study of banking organizations in Sulaimaniyah city, Iraq. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 23(2), 548-565.